

Technologies du quotidien et culture de consommation

Victor Scardigli

NOUS nous proposons d'examiner l'appropriation sociale et culturelle des biens et services qui incorporent les progrès de trois technologies : l'électronique, les télécommunications et l'informatique sont-elles en train de devenir des technologies du quotidien ?

VERS UNE « SOCIÉTÉ DIGITALE » ?

Nous sommes incontestablement en présence d'une mutation technologique. Peut-on, pour autant, suivre les prophéties qui postulent que la technique d'aujourd'hui produit la société de demain ? Allons-nous vers un monde qui obéira au doigt et à l'œil de l'informaticien que chacun d'entre nous sera devenu ?

Vers une vie quotidienne où chaque échange humain sera relationnel, où chacun de nos gestes sera chiffré, tarifié, numérisé ? Bref, vers une société digitale¹ ?

L'examen de la demande des ménages incite à plus de prudence. L'analyse secondaire de plusieurs enquêtes budgets, budgets-temps et déplacements fait apparaître un grand nombre de rigidités : les horaires de travail, les rythmes biologiques, les structures urbaines imposent de multiples contraintes qui élèvent autant d'obstacles à un bouleversement, d'ici dix ou même vingt ans, des emplois du temps quotidien, ou de la localisation des emplois et des logements. Des flexibilités plus grandes apparaissent cependant dans quatre domaines :

● Les achats : le développement de la vente par correspondance suggère que les consommateurs pourraient adopter les achats par vidéotex si celui-ci leur apporte une information détaillée.

● Les loisirs et les pratiques culturelles : le temps libre est en accroissement ; nous trouvons là le plus de possibilités de changement ; et, de fait, la plupart des produits nouveaux qui « réussissent » sont ceux qui proposent une activité de loisir.

● Le transport et la télécommunication : les nouvelles technologies de la communication vont dans le sens d'une réduction des activités extérieures au domicile et de la mobilité physique. Combinée à l'usage grandissant des mass media, cette évolution peut conduire à un déclin des activités de relations sociales.

● La vie privée : le logement devient une sorte de terminal général, investi par les nouvelles technologies. Que ce soit pour s'informer, pour communiquer ou pour agir, la vie privée passe par elles. Au sein de la famille, chacun tend à posséder et utiliser individuellement une large gamme de biens et services. Ces deux évolutions transforment à la fois la frontière entre vie privée et vie « publique », et la structure de la vie familiale.

Mais une telle approche statistique peut laisser échapper les phénomènes les plus intéressants : la naissance d'innovations sociales. Il faut donc aller voir de plus près les expérimentations françaises, les exemples étrangers, si souvent cités.

Beaucoup de groupes sociaux ont essayé de s'approprier les technologies nouvelles de l'information et de la communication, pour construire leur autonomie. En Italie, la floraison des radios et télévisions locales a permis à de multiples groupes d'affirmer leur différence ethnique, sexuelle, religieuse, idéologique, face à la société centrale. D'opposer leur projet alternatif à l'oppression du système économique. De retrouver leur identité culturelle face à la culture de l'élite et des régions dominantes. Le Québec a multiplié les réseaux câblés, à l'échelle du village ou du quartier : l'interactivité allait permettre l'essor des communautés librement choisies, la renaissance de la convivialité de quartier. Aux Etats-Unis, grâce aux réseaux de télévision payante, sans publicité, chacun pouvait participer aux activités de sa communauté ethnique ou religieuse, suivre les programmes de formation ou de loisir de son choix.

Mais après cinq à dix années d'expérimentation sociale, le bilan en est plutôt négatif : l'usage des nouveaux médias s'est « normalisé ». En Italie et un peu partout dans le monde, les radios et télévisions locales sont devenues commerciales, ou elles ont disparu. Les réseaux sans publicité se sont ouverts à la publicité pour survivre ; le public des réseaux locaux s'est lassé du bricolage audiovisuel fait par des animateurs pleins de bonne volonté. Les mères japonaises utilisent le réseau vidéo d'immeuble, mais c'est pour surveiller les jeux de leurs enfants dans la cour. Quant à l'interactivité, principal argument des promoteurs du câblage, elle reste d'un usage social décevant : à Vélizy, elle n'a pas fait apparaître de révolution dans la vie quotidienne de 2 500 cobayes ; et l'on cherche en vain une renaissance de la vie locale au Québec ou en Belgique, pays qui ont le plus développé ce thème.

L'interactivité du futur réseau français risque fort de se résumer à un usage commercial (réserver vos places au Club Méditerranée, passer vos commandes à La Redoute, paiements électroniques), à des sondages d'opinion instantanés (Stop ou encore pour Johnny Halliday ?), etc.

On ne voit pas davantage l'innovation sociale qu'apportera la télévision par satellite. RTL prépare le lancement d'un satellite : mais c'est pour diffuser plus largement ses programmes actuels sur toute l'Europe occidentale.

Le magnétoscope sert à repasser les émissions de télévision, ou à visionner des films pornographiques ; mais on ne voit guère se développer des usages plus créatifs de la caméra vidéo, pour enregistrer la vie familiale ou faire des montages personnels.

Le micro-ordinateur personnel est la dernière merveille des techniciens de l'autonomie. L'utiliserons-nous pour gérer au mieux notre budget familial, ou notre temps quotidien ? Cela nous enferme un peu plus dans la rationalité économique de la technopole. Ou bien nous en servirons-nous (dernier argument publicitaire) pour que chacun apprenne à programmer, c'est-à-dire pour préparer une société de demain où l'informatique sera le langage universel ? Non : le principal usage des micros, aux Etats-Unis, est le jeu. Mais un jeu solitaire. Voilà une conception plutôt antisociale de l'autonomie, telle qu'elle est préparée par les nouvelles technologies du quotidien ! Ce « progrès » se situe pourtant dans la logique de l'autonomie toujours plus poussée de l'individu par rapport à ses divers groupes et lieux d'appartenance : elle nous conduit à la maison électronique totale, où l'individu télé-travaille et télé-achète la connaissance et la sociabilité... Cette autonomie-là conduit à l'autisme : ce serait la fin de la société.

En somme, les premiers usages quotidiens de la révolution technologique ne sont pas novateurs, mais reproductifs : on utilise les produits nouveaux pour continuer les pratiques sociales antérieures.

Il serait cependant dangereux de conclure définitivement, à partir d'expériences isolées ou de matériels qui ont encore de multiples imperfections ; on ne peut exclure que la période actuelle soit une transition vers l'invention d'usages plus novateurs.

En outre, ce bilan est trop global : il importe de le nuancer. L'interaction entre les hommes et les technologies nouvelles peut prendre des formes très différentes, et nous avons cru pouvoir distinguer trois types d'interactions.

TROIS TYPES D'INTERACTION ENTRE TECHNIQUE ET CULTURE QUOTIDIENNE

Dans un premier modèle, les technologies nouvelles viennent s'intégrer harmonieusement dans des évolutions sociales préexistantes : elles répondent à un besoin social, et elles aident la population à construire une société qui réponde mieux demain à ses aspirations. Il y avait un besoin de communication auquel répondent les télécommunications, un besoin de maîtrise de la vie quotidienne, auquel répond le « micro », etc. Ce modèle suppose un public capable d'utiliser toutes les possibilités offertes par la technologie de l'information, et qui considère la consommation des produits nouveaux comme un moyen d'assurer le rapport moderne de l'homme au monde, aux autres et à lui-même.

Au niveau de l'offre, cette intégration réussie suppose une diffusion très large à la fois sous forme de réseaux et d'équipements individuels. Les contenus (programmes audiovisuels, données, services offerts) doivent être très diversifiés et de grande qualité. Les programmes informatiques, et plus largement les procédures d'accès ou d'utilisation, doivent être simples à apprendre et éviter tout risque d'erreur.

Cette interaction harmonieuse des hommes et des techniques ne semble pas, dans l'immédiat, près de se généraliser. De multiples obstacles restent à surmonter au niveau de l'offre ; seuls les groupes sociaux les plus aisés et instruits intègrent parfaitement l'idéologie du progrès technique-marchand.

Le second modèle est celui de sujétion. A l'inverse du précédent, l'offre ne répond à aucune demande sociale préalable, mais elle est imposée par l'Etat ou d'autres acteurs. Elle réussit à se rendre indispensable dans la vie quotidienne, par exemple, grâce à une intervention des pouvoirs publics pour imposer le câblage des logements et supprimer les services naguère rendus par l'annuaire sur papier, le bureau de renseignements SNCF, etc.

Les individus les moins aptes à maîtriser le changement technique — c'est-à-dire les groupes sociaux défavorisés en terme d'instruction et de revenus — se retrouvent dans la même situation de dépendance qu'ils connaissent déjà dans l'univers du travail : ils sont assujettis à un ensemble de techniques qu'ils sont bien obligés d'utiliser pour survivre. Il en résulte une attitude de dépendance et de passivité dans l'utilisation du temps libre ; les secteurs non marchands de la vie quotidienne sont progressivement conquis par la consommation marchande ; la sociabilité informelle disparaît, l'individu se retrouve de plus en plus isolé dans son logement.

Dans ce modèle, les producteurs sont surtout préoccupés d'accroître leur marché, par des stratégies de production audiovisuelle de masse ou de faible différenciation des programmes : les technologies de l'information ne véhiculent qu'un contenu pauvre, elles visent la reproduction des pratiques sociales préexistantes, et non l'apparition d'innovations sociales.

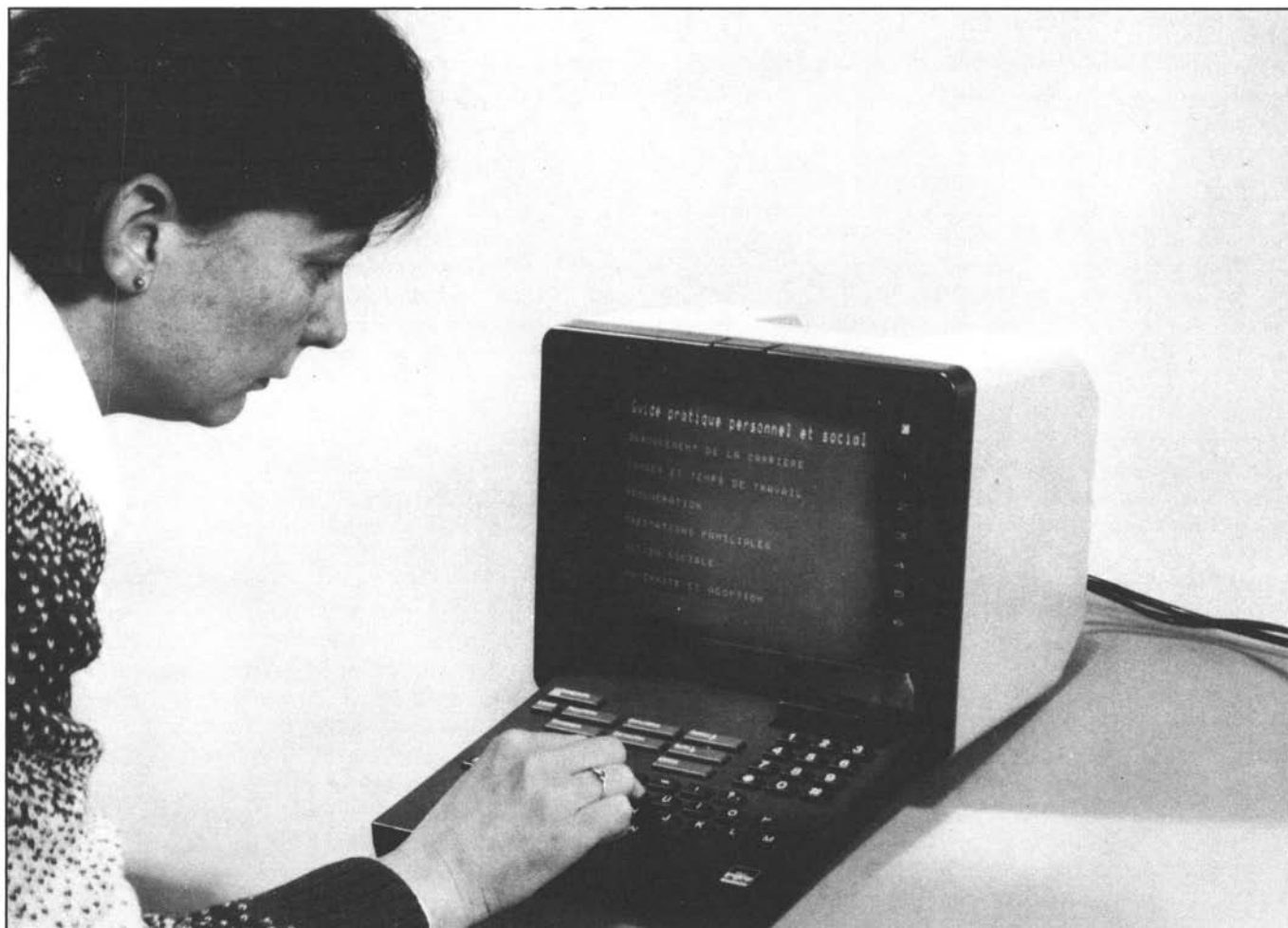
Dans le troisième et dernier modèle, celui des dysfonctionnements, la technique évolue en quelque sorte indépendamment du reste de la société. On assiste à un divorce entre une offre imposée par les producteurs et l'Etat, et un public qui rejette cette greffe, pour retrouver un mode de vie traditionnel, voire pour

retourner à l'économie informelle. Les inventeurs et les entreprises mettent sur le marché des appareils performants, mais les usagers n'en voient pas l'intérêt et s'en détournent. Ils revalorisent les activités ménagères ; ils cherchent les contacts en face à face avec les amis ; ils font revivre les commerces et les associations de quartier ; l'argent garde son symbolisme traditionnel, au détriment du paiement électronique. Certains introduisent volontairement des informations erronées dans les réseaux, pour paralyser les tentatives de contrôle de la vie privée par l'Etat ; d'autres multiplient les fraudes et les détournements d'argent ou de secrets. Dès lors, chacun se défie du vidéotex, et l'on se déplace pour s'entendre confirmer les renseignements ou les réservations reçues par les réseaux.

Du côté de l'offre, ce modèle peut correspondre à un accroissement des difficultés : il n'est pas évident qu'on résoudra bientôt les multiples problèmes de connexion entre réseaux, de financement des nouveaux programmes audiovisuels et des services offerts par vidéotex, d'utilisation interactive par l'utilisateur, de facilité d'accès du public à la programmation informatique, etc. Ce modèle d'action est le plus éloigné de l'idée d'une « société digitale pour demain » : loin de constituer une révolution de la vie quotidienne, les technologies nouvelles restent de simples gadgets, sans influence réelle.

En pratique, ces trois modèles coexistent, et vont continuer de coexister, au moins dans les cinq à dix années à venir. Mais que se passera-t-il après ?

Il est probable que la plupart des produits nouveaux vont connaître une très large diffusion, notamment dans le domaine de l'audio-visuel, de l'éducation, de l'électronique à domicile, domaines dans lesquels l'offre est motrice (les coûts baissent de



façon extraordinaire, les performances s'améliorent, l'infrastructure est renforcée par les entreprises multinationales et les Etats) ; de plus en plus de gestes de la vie quotidienne passeront par le secteur marchand.

On pourrait dès lors penser que nos deuxième et troisième modèles sont transitoires, et qu'un jour ou l'autre tout le monde sera bien obligé d'intégrer l'usage de l'ordinateur ou des réseaux dans sa vie quotidienne. Mais une diffusion très large de ces technologies ne règlera pas le problème, bien au contraire : elle risque simplement de le déplacer. Examinons le cas de l'Amérique latine : elle a servi de terrain d'expérimentation sociale, pour les réseaux de télévision mis en place un peu partout, pour l'accès facilité aux banques de données internationales, pour les ordinateurs généreusement donnés aux universités, etc. Armand Mattelart est allé voir ce que devenaient ces expérimentations. Leur principal résultat, conclut-il, c'est la création d'un immense marché captif pour le matériel et le logiciel produits par les Etats-Unis. En fait d'autonomie, c'est une centralisation des Etats policiers, c'est une dépendance à l'égard de la technologie nord-américaine, c'est enfin une irruption du modèle de vie occidental. Pour reprendre notre typologie, on peut conclure que les mêmes technologies peuvent faire l'objet d'une intégration réussie dans les pays riches, et renforcer une situation de sujétion dans le tiers monde.

TECHNOPOLE, ET RENFORCEMENT DE LA CULTURE DE CONSOMMATION

Nous voulons vivre autrement, dit-on. Allergie au travail, économie souterraine, aspirations à une existence conviviale : notre système de valeurs privilégierait désormais l'être sur l'avoir, l'épanouissement personnel sur l'accumulation d'objets.

Voilà plusieurs années déjà que l'on croit lire, dans la crise, la fin de la société de consommation. Et elle est toujours là ; elle grignote sans cesse de nouveaux pans de notre vie privée. Lorsque la France a entrepris les premières « expérimentations » d'annuaire électronique et de télématique, de hauts fonctionnaires ont clairement expliqué qu'il s'agissait de « marchander l'informel », de faire payer ce qui était encore gratuit : la communication entre individus, la connaissance, l'information. Il fallait bien relancer la demande de consommation, si l'on voulait que notre appareil industriel dispose d'un marché intérieur qui l'aide à se lancer dans la bataille électronique internationale ! Et les Français ont suivi.

Où est donc passée notre crise de valeurs ? Les modes de vie se transforment certes, mais selon des lignes directrices que l'on pouvait prévoir depuis un demi-siècle, ou plus ; ils ne manifestent aucune contestation du modèle dominant. Nous avions élaboré, au début des années 70, une prospective de la consommation et des modes de vie à l'horizon 85. La plupart des évolutions prévues sont aujourd'hui confirmées : le ralentissement de la croissance n'a provoqué aucune inflexion dans les tendances longues, aucun bouleversement de la hiérarchie des priorités des consommateurs. Dans le budget des ménages, les loisirs et la santé ont même atteint, dès 1981-1982, l'importance qu'ils devaient prendre vers 1985 seulement.

Les comportements semblent donc contredire les attitudes. Pour en retrouver la logique profonde, il faut mener une longue investigation, alliant les apports de l'économie, de la sociologie, de la psychologie profonde. Tout semble opposer deux symboles majeurs de la modernité : voiture et consommation médicale. Laquelle de ces demandes est superflue, laquelle est vitale ?

La conclusion peut rendre perplexe : les différences apparentes se dissolvent. Vrais ou faux, les besoins modernes s'avèrent inscrits dans un même engrenage. Le développement économique détruit sans retour les cadres sociaux traditionnels de la vie quotidienne (qu'il s'agisse du rapport à l'espace limité et délimité du village, ou de la gestion collective de l'anxiété face à la maladie et la mort). Il reconstruit la société sur la personne, affirmée comme être autonome ; il lui promet le bonheur et l'immortalité grâce au progrès des sciences et techniques.

Ce progrès, l'individu se l'approprie en le consommant, incorporé dans les biens et les services toujours plus perfectionnés que produit l'appareil économique moderne : des objets qu'il peut acheter sur le marché, ou dont la valeur marchande lui est imputée sous forme de prélèvements socio-fiscaux (dans le cas de l'éducation publique, de la santé, etc.). Protection contre l'anxiété et production d'un corps conforme au désir ; relation de l'homme à la nature et aux autres hommes : tout passe désormais par un immense réseau d'objets et de services techniques-marchands qui produisent l'espace, le temps, les structures sociales, les représentations, le savoir de demain. En jouant sur les deux sens de « pole » (*polis* : cité et *pôlein* : mettre sur le marché), on peut affirmer que nous allons vers une « technopole », société où la vie reposera sur l'accès payant au progrès, scientifique et technique, incorporé dans les objets. L'électronique, l'informatique, la télématique vont bientôt être omniprésents, au foyer, au travail, dans la rue. A la fois médiateur et écran, le progrès technique va s'interposer partout entre les hommes, contribuant à détruire la traditionnelle culture du quotidien.

Quelles significations nouvelles la technopole va-t-elle prendre demain ? Face à l'impératif catégorique de la compétition internationale, il nous manque des projets de société qui mettent le progrès technique au service des besoins réels de l'humanité, notamment dans le tiers monde ; des projets qui, dans le dialogue avec les valeurs honorées dans d'autres cultures, nous permettent de retrouver le sens de nos propres valeurs.

C'est peut-être pour cela que les technologies nouvelles hésitent entre trois devenir : simples gadgets bientôt oubliés par l'histoire ; instrument de reproduction sociale et de renforcement des inégalités ; ou encore, à travers l'invention de formes nouvelles de vie sociale, contribution à la renaissance d'une véritable « culture du quotidien ».

Notes

1. Pierre-Alain Mercier, François Plassard, Victor Scardigli, *Société digitale*, Le Seuil, mars 1984.
2. V. Scardigli, *la Consommation, culture du quotidien*, PUF, 1983.

Utilisateur de Minitel en apprentissage, 1985.